

INTRODUCTION

LA COMMUNICATION

DES ORGANISATIONS EN CONTEXTE DE NUMÉRISATION GÉNÉRALISÉE AU PRISME DES DISCIPLINES ET DES ÉPISTÉMOLOGIES

Laurent MORILLON

*Professeur des universités en sciences de l'information et de la communication
Université des Antilles, Lc2s (Umr Cnrs) – France*

Benoît CORDELIER

*Professeur titulaire, Département de communication sociale et publique
Université du Québec à Montréal (Uqam) – Canada*

Ouidade SABRI

*Professeure des universités en sciences de gestion
Iae Paris-Sorbonne, Université Paris 1 Panthéon-Sorbonne, GREGOR – France
Professeure affiliée à l'Africa Institute for Research in Economics and Social Sciences
(AIRESS), Université Mohammed VI Polytechnique, Rabat, Maroc*

5

1. APPRÉHENDER SCIENTIFIQUEMENT COMMUNICATION, ORGANISATION ET NUMÉRISATION

Selon les époques, les théoriciens de l'organisation ont porté un intérêt plus ou moins prégnant et direct à la communication. Son étude en tant qu'objet et réalité observable apparaît dans la littérature académique anglo-saxonne dans les années 1940. L'ouvrage d'Heron (1942) marque la naissance aux États-Unis d'une pensée sur le « discours entrepreneurial » et « la communication industrielle ». Les recherches des années 1950, axées sur les savoir-faire et les outils de communication, se destinent alors principalement aux dirigeants d'entreprises avec des visées prescriptives ou normatives. Dans les années 1960, les recherches acquièrent, particulièrement en économie, un statut scientifique affirmé. L'« *organizational communication* » est enseignée pour la première fois comme matière principale dans une université. L'*International Communication Association* crée une division propre, une revue scientifique est éditée (*Journal of Business Communication*) et des ouvrages appréhendent la communication de manière originale (par exemple Katz, Kahn, 1966). Dans les années 1970, ceux de Goldhaber (1974) et de Farace, Monge et Russel (1977) fondent un champ qui se formalise dans les années 1980

avec des synthèses (par exemple Putnam, 1982), une généralisation des sections dédiées dans des organisations de chercheurs (*Academy of management...*) et une multiplication des colloques. Au Canada, les travaux de James Taylor (1993) ouvrent un courant de communication organisationnelle qui, inscrit dans une perspective interprétative et pragmatique, fait le lien entre les recherches francophones européennes et anglophones, notamment nord-américaines (Cordelier, 2016). En France, Le Moëne et Gallot (2015) identifient des publications scientifiques sur la communication des organisations dès les années 1960 : dans la revue *Économie et humanisme* du Celsa (Paris IV – Sorbonne) ; un chapitre de Moles et Duguet sur les communications dans l'entreprise dans l'*Encyclopédie de l'entreprise moderne* en 1966 ; un ouvrage de Weiss sur la presse d'entreprise (1971) et un autre de Le Moigne sur les systèmes d'information des organisations (1973). Il faut attendre l'émergence d'une communauté de chercheurs – notamment via des groupes d'étude et de recherche tels « Langage et travail » en 1989 et « Org&Co » en 1994, ainsi qu'une revue dédiée en 1991 (*Communication & organisation*) – pour observer les premières convergences thématiques, l'apparition de programmes de recherche ainsi qu'une certaine institutionnalisation (Giordano, 2001). Aujourd'hui, les définitions et appréhensions de l'organisation et de la communication sont diverses, les paradigmes, socles théoriques et méthodologiques sont variés (Delcambre, 2008), les problématiques de recherches nombreuses, les postures différentes et les références diversifiées (d'Almeida & Andonova, 2006).

Dans le champ de la communication des organisations – dite aussi organisationnelle – face à « *une pluralité quasi-infinie d'objets* » (Gryspeerd, 2004), le numérique constitue depuis plus de vingt ans un thème de recherche à part entière que ce soit en économie, sociologie, sciences de gestion, sciences politiques, sciences du langage ou encore en sciences de l'information et de la communication. L'importance du numérique a donc donné naissance à un courant de recherche interdisciplinaire, appelé *Internet Studies* (Dutton, 2013), qui s'intéresse autant à Internet en tant qu'objet de recherche qu'aux technologies digitales de l'information et de la communication mises en place. L'environnement technologique a en effet vu l'émergence dans les années 1990, puis la généralisation dans les années 2000, des « technologies numériques » et notamment des nouvelles technologies de l'information et de la communication (Ntic devenues Tic). Les évolutions ont été importantes tant en matière d'ordinateurs, de terminaux mobiles (tablettes, smartphones, portables...), de réseaux (5G, wifi max, *bot spot*, fibre...) que d'Internet des objets ou encore d'applications. L'actuelle « numérisation généralisée » de la société influence plus que jamais les organisations (Barlatier & Burger-Helmchen, 2019). Le numérique agit sur les activités et les relations en modulant les contraintes d'espace et de temps (Carayol & Laborde, 2019). Il favorise par exemple le travail en réseau, la flexibilisation de la relation de travail, la constitution de communautés de pratiques, la production et la diffusion de savoirs. Il change également les pratiques professionnelles des acteurs dont celles informationnelles (pour tracer, stocker, diffuser) et communicationnelles (Coutant & Domenget, 2015 ; Galibert & Cordelier, 2017). Des données massives produites, distribuées et partagées par une diversité de dispositifs (inter)connectés participent d'une évolution des métiers, des rôles et statuts, des espaces relationnels et des modes d'interactions avec une diversité de parties prenantes. Dans ce contexte, les recherches en sciences humaines et sociales interrogent cette place grandissante du numérique. Les approches dépassent les « simples » questions techniques en portant intérêt, dans des domaines d'activité variés, aux objets, enjeux, logiques d'usage et pratiques associées, aux rôles et influences des dispositifs numériques... (Barlatier, 2016). Au-delà des mythes, elles déconstruisent, nuancent, parfois remettent en cause certaines idées reçues et/ou discours dominants qu'ils soient technicistes, gestionnaires, managériaux ou étatiques. Dès les années

1990, différents chercheurs (Alter, Crozier, Friedberg, Bernoux...) ont ainsi montré les usages réels (adapté, détourné, rejeté...) d'objets techniques, aussi performants soient-ils. D'autres (Boutary, d'Iribarne, Gadille, Monnoyer...) ont mis en lumière les coûts et inconvénients des Tic quant à la sécurité de l'information, à de potentiels blocages ou perte de temps.

2. DES RECHERCHES AU PRISME DES DISCIPLINES ET DES ÉPISTÉMOLOGIES

L'appel à articles du présent numéro de la revue *Communication & Management* invitait à questionner les recherches sur la communication des organisations en contexte de numérisation généralisée au prisme des disciplines et des épistémologies. L'étude critique des processus généraux de constitution des connaissances valables de la science – qu'il s'agisse des postulats, logiques, fondements, méthodes... – permet en effet de déterminer les origines et portées scientifiques et philosophiques des travaux et donc leur valeur (Piaget, 1967). Organisation et communication sont questionnées avec des courants théoriques nombreux et diversifiés qui reposent sur des hypothèses différentes quant à la nature de la société et de la science (Rojot, 2003). En France, en sciences de gestion, la recherche a historiquement eu pour ambition d'expliquer et si possible de prescrire des processus organisationnels afin de guider les actions des dirigeants notamment dans les entreprises. De fait, le fonctionnalisme a d'abord été retenu pour qualifier leurs approches (école classique des organisations, école des ressources humaines...). Mais dans les années 1980, Trujillo et Toth (1987) recensent également la mobilisation de paradigmes interprétatifs et critiques. L'enjeu n'est plus alors forcément l'opérationnalisation pratique et la résolution de problèmes organisationnels mais la proposition de modèles d'explication. L'interprétativisme, emblématique dans les travaux de Weick (1969), fortement mobilisés en gestion comme en communication, est revendiqué dès la conférence d'Alta en 1981 dans l'ouvrage de Putnam, Pacanowsky (1983) qui s'en inspire et aboutit à des développements interdisciplinaires centrés sur l'organisation (Putnam & Nicotera, 2009). En sciences de l'information et de la communication, si les recherches ont d'abord hérité d'un certain nombre de théories positivistes (théorie de l'information, cybernétique...), elles ont exploré dès les années 1990 d'autres épistémologies et ce dans une posture critique en rupture avec les études descriptives ou prescriptives des pratiques professionnelles (Bernard, 2006). C'est ainsi par exemple que l'organisation est appréhendée comme une entité symbolique avec la systémique qualitative inspirée des travaux de l'école de Palo Alto (Mucchielli, 1999) ou que la communication est considérée comme organisationnelle dans une perspective constructiviste avec la théorie conversation-texte (Cooren, Taylor, Van Every, 2006). Plus récemment, Bouillon, Bourdin et Loneux (2008) proposent de caractériser une approche communicationnelle des organisations.

Fort de ce constat, différentes entrées ont été proposées aux chercheurs dans l'appel à articles. La première est dédiée aux épistémologies. Le contexte numérique renvoie en effet « à des contextes d'activité dans lesquels les médias et les technologies numériques occupent une place centrale et constituent une infrastructure essentielle pour les phénomènes, pratiques et interactions sociales sur lesquels porte la recherche » (Millette *et al.*, 2020). Il s'agit dès lors de s'interroger sur l'incidence des technologies numériques sur les méthodes de recherche et les épistémologies. Les travaux pouvaient dès lors questionner les apports des *digital methods* (Rogers, 2013) (*i.e.*, *deep learning*, google analytics) et des méthodes computationnelles (*i.e.*, intelligence artificielle, neurosciences computationnelles, *machine learning* et algorithmes) permettant d'exploiter et de visualiser les vastes corpus de données

(dites *big data*) collectés sur le web et les réseaux sociaux dans l'étude de la communication des organisations. Différentes questions pouvaient alors se poser : en contexte numérique « généralisé », quels sont les modes de construction des connaissances scientifiques dans le champ de la communication des organisations ? Quels sont les objets considérés, les épistémologies adoptées et, par suite, les approches et méthodes retenues ? Quelles ont été les évolutions potentiellement induites par les objets considérés ?

La deuxième entrée visait à questionner les méthodes numériques, digitales ou virtuelles, selon le vocable de préférence et leurs apports. Les méthodes d'exploration en ligne permettent en effet l'émergence de recherches sur la communication des organisations et de ses parties prenantes mobilisant une perspective ethnographique pour en étudier les phénomènes socio-culturels (*i.e.*, forum de discussion, communauté virtuelle) (Rogers, 2013). Différentes questions pouvaient être entreprises : quelles validités et portée éthique de ces méthodes virtuelles quand les observations ont lieu en ligne et parfois sans consentement des personnes observées, cachées le plus souvent derrière des pseudonymes ? Quelle complémentarité de ces méthodes au regard des méthodes plus traditionnelles d'exploration et d'étude de la communication des organisations ? Quel rôle de ces méthodes dans l'identification de nouveaux terrains de recherche portant sur la communication des organisations ?

La troisième entrée invitait enfin à penser les recherches sur la communication des organisations en contexte de numérisation généralisée au prisme des disciplines. Différentes questions étaient posées : quelles sont les similitudes et les divergences entre ces dernières ? Comment ces choix d'objets, d'épistémologies, de méthodes... s'inscrivent dans des histoires et des positionnements disciplinaires ? Courbet en 2001 puis Le Bœuf en 2008 constatent par exemple de profondes différences sur les plans épistémologiques, ontologiques, théoriques et méthodologiques entre sciences de gestion et sciences de l'information de la communication. Pourtant les objets d'étude font l'objet d'intersections que chacune de ces disciplines investit et fait mûrir en fonction d'opportunités institutionnelles (Cordelier, 2010). Qu'en est-il aujourd'hui ? Alors que les objets d'étude en sciences humaines et sociales sont nécessairement complexes, multidimensionnels et imbriqués et que les démarches multi-méthodes se développent, quels sont les enrichissements envisageables entre les disciplines ?

Les textes de la présente livraison de la revue *Communication & Management* ont été sélectionnés sur la base d'un résumé puis d'une évaluation « en double aveugle » à partir d'un article complet. Ils ont ensuite fait l'objet d'une démarche constructive de relectures et d'améliorations. Au total vingt résumés ont été reçus pour, au final, ne retenir que les six textes présentés dans ce dossier. Ceux-ci démontrent, s'il en était besoin, la diversité des réflexions possibles sur la communication des organisations en contexte de numérisation généralisée, fût-elle uniquement appréhendée au prisme des disciplines et des épistémologies. Afin de présenter cette richesse de réflexions, nous avons choisi d'organiser les contributions selon trois axes. Chacun est composé de deux textes complémentaires qui sont autant d'invitations à appréhender avec audace et rigueur les phénomènes communicationnels et organisationnels contemporains. C'est ainsi que dans un premier axe, les deux premiers articles démontrent l'heuristique de postulats, d'approches et de théories de chercheurs nés au XIX^e siècle pour penser des phénomènes dits « modernes », numériques ou en contexte numérique. Dans le deuxième axe, les articles questionnent le rapport au « réel » que ce soit par l'entremise des représentations ou par celle des méthodes scientifiques susceptibles de l'appréhender. Enfin, dans un contexte de numérisation toujours plus marqué, le troisième axe invite à (re)considérer l'essence même de ce que peut être une organisation.

2.1. Convoquer des chercheurs d'hier pour penser le présent

Nicolas Bencherki, dans son article « Comment la technologie opère le passage de l'action individuelle à l'action collective ? Une perspective possessive » soutient que la technologie permet à la possession et à la propriété d'opérer la capture et l'agrégation de l'action individuelle. Mobilisant la sociologie de Gabriel Tarde, il propose une théorisation de la propriété et de la possession plus riche que la définition légale qui prévaut dans les études organisationnelles en général et dans celles sur la communication organisationnelle en particulier. En revisitant des études récentes sur les technologies numériques, l'adoption d'une telle perspective révèle comment l'organisation s'approprie l'action. Il interroge finalement la distribution plus ou moins équitable de l'agentivité à la lumière des implications politiques de la technologie.

Maria Mercanti-Guérin convoque quant à elle Gaston Bachelard dans son article intitulé « Epistémologie du marketing digital. Comment Bachelard peut-il nous aider à penser une épistémologie de la rupture ? ». Elle analyse les principales caractéristiques de l'épistémologie pratiquée en marketing digital à la lumière de certaines conceptualisations du philosophe. Cette démarche lui permet de proposer à la fois des principes d'action permettant aux chercheurs de mieux aborder la rupture épistémologique induite par le marketing digital mais également des pistes et voies d'amélioration pour construire une épistémologie dans ce domaine particulier.

2.2. Penser le rapport au « réel »

Dans leur article intitulé « La représentation anthropotechnique pratique : contribution à une approche communicationnelle de la transformation numérique », Patrick Gilbert et Clotilde Coron proposent d'appréhender la manière dont les dirigeants d'entreprises pensent la transformation numérique. Ils se questionnent : quelles sont les représentations qui président à cette transformation ? Toutes ces représentations se valent-elles au regard des exigences fonctionnelles et éthiques de la communication organisationnelle ? Après avoir rappelé les principales conceptions du changement technologique, ils portent plus particulièrement intérêt à la représentation anthropotechnique qui est au centre de certaines pratiques. Ils illustrent leurs réflexions à partir d'une étude de cas multiples réalisée au sein d'une grande entreprise.

Amina Djedidi dans « Champs solides, méta-champs liquides : quels méthodes, objets et rapport à au réel ? » montre la manière dont la recherche académique aborde le sujet des champs solides (terrains digitaux stables et ancrés) et les méta-champs liquides (terrains variables et contingents). En se basant sur l'analyse de 422 articles, elle présente un panorama des méthodes de collecte et d'analyse de données ainsi que leur lien avec le réel. Cette richesse de méthodes rappelle à la fois, selon elle, l'omniprésence des méthodes conventionnelles des sciences sociales, l'éclectisme grâce à l'adoption des méthodes computationnelles et digitales, l'enrichissement de certaines méthodes conventionnelles par la nécessité de contenir l'importante taille des données de masse.

2.3. (Re)considérer l'organisation

Dans leur article intitulé « Ceci n'est pas une "Organisation" : quelle épistémologie pour le *bazaar* ? », Benjamin Astier, Michel Labour et Sylvie Leleu-Merviel souhaitent remettre en cause l'application

épistémologique des principes de la logique aristotélicienne classique aux « Organisations ». Selon eux, ces dernières évoluent désormais dans une société de la connaissance empreinte de numérique et de stratégies d'*open innovation*. Ils appuient leurs réflexions sur une étude de cas basée sur des observations et des entretiens semi-ouverts auprès de participants de *Fashion Green Hub* ainsi que sur le support numérique *Slack*. Ils constatent un organisé-organisant, émergeant tel un « *bazaar* » (Raymond, 1999), regroupant des protagonistes autour de valeurs et d'idées clés attractives. Ces nouvelles « *noorganisations* » impliquent, selon eux, des changements managériaux en rapport avec les idées, l'incertitude, l'engagement et la confiance vécue. Au final, leur recherche interroge les catégories logiques d'appréhension de l'organisation, ainsi que les fondements sur lesquels les connaissances perçues comme valables sont posées.

Enfin, Sylvie Alemanno et Salma El Bourkadi dans leur article intitulé « Penser la plateforme Uber au prisme de l'épistémologie de la communication organisationnelle » considèrent les plateformes numériques marchandes comme de nouvelles formes organisationnelles, marquées par un *organizing* managérial et caractérisées par une forte dimension matérielle, par opposition à humaine. Elles observent les processus info-communicationnels qui régissent la plateforme du transport de personnes VTC (véhicule de transport avec chauffeur) Uber et sa nature sociotechnique, les incidences sur les acteurs humains qui y participent mais aussi ses modalités spécifiques de médiation. Elles mobilisent pour ce faire l'éclairage de deux approches de la communication dite organisationnelle : la Communication Constitutive des Organisations et les Approches Communicationnelles des Organisations. Des entretiens semi-directifs de type récit de vie permettent d'accéder à certains phénomènes d'hyper-rationalisation par des processus informationnels organisants.

3.CONCLUSION

Deux constats s'imposent pour débiter cette conclusion. Tout d'abord, si l'appel à articles du numéro était ouvert aux contributions de toutes les disciplines qui travaillent le champ (sciences de gestion, sciences de l'information et de la communication, économie, sociologie, psychosociologie du travail et des organisations...), ce numéro s'avère au final bidisciplinaire puisqu'il comporte des textes en sciences de l'information et de la communication et en sciences de gestion. Pour autant, en dévoilant des logiques structurantes compatibles et/ou complémentaires, nous sommes convaincus que les réflexions proposées sont susceptibles de favoriser les dialogues constructifs entre les chercheurs de ces deux disciplines. Alors qu'ils travaillent un même champ, que certains objets et auteurs convoqués sont communs (Weick, Latour, Callon...), le dialogue scientifique demeure limité et les mobilisations mutuelles rares (Laborde, 2005 ; Le Bœuf, 2008 ; Aldebert & Morillon, 2012).

Le second constat est que parmi les prismes proposés dans l'appel pour appréhender la communication des organisations en contexte de numérisation généralisée, celui de l'épistémologie a été privilégié à celui de la discipline. Ce choix laisse augurer d'intéressantes perspectives pour poursuivre les réflexions tant les choix en la matière ont une incidence majeure sur le travail scientifique. Car si ce numéro de la revue *Communication & Management* contribue à l'enrichissement des travaux sur les épistémologies en sciences humaines et sociales ayant pour objet la communication des organisations, il a probablement ouvert plus de questions qu'il n'a apporté de réponses définitives. Les articles proposés ont donc contribué, d'une part, aux efforts de délimitation et de légitimation scientifiques du champ voire des disciplines et, d'autre part, aux organisation et réorganisation de

ce qui pourrait être considéré comme un « désordre » dans les sciences anthroposociales (Berthelot, 2002). Car si constructivisme et interprétativisme sont ici bien représentés, l'activité scientifique du champ peut apparaître comme une jungle au foisonnement théorique « impénétrable » et « inhospitalier » abritant des « guerres de paradigmes » pour reprendre l'expression de Koenig (2006). Les choix faits par les auteurs n'ont pas réduit la zone de tension épistémologique dans l'articulation organisation / communication, entre le micro et le macro social, l'individu et l'entité collective, l'individualisme et l'holisme (Bouillon, 2009).

Il nous reste à remercier les auteurs des textes du présent dossier pour nous avoir confié leur travail, avoir fait avancer de manière stimulante les réflexions à partir des questions posées en introduction et, nous l'espérons, pour le plaisir des lecteurs qui vont découvrir ce numéro. Les coordinateurs tiennent à remercier pour les membres du comité scientifique : Alexandre Steyer (Paris 1), Jean-Louis Moulins (Aix-Marseille Université), Wided Batat (EM Normandie Business School et Université de Lyon 2), Géraldine Michel (IAE Paris-Sorbonne Business School), Béatrice Parguel (Université Paris Dauphine), Ewan Oiry (ESG UQAM), Ann Langley (HEC Montréal), Karine Berthelot-Guiet (Université de Paris-Sorbonne, CELSA), Didier Courbet (Université Aix-Marseille), François Lambotte (UC Louvain), François Cooren (Université de Montréal), Abderrahmane Amsidder (Université Ibn Zohr, Agadir), Manuel Zacklad (CNAM Paris)

Bibliographie

ALDEBERT B., MORILLON L. (2012), « Communication des organisations : comparaison des approches scientifiques en gestion et en communication », *RIHM*, Vol. 13, n° 2, (numéro spécial), p. 59-77, en ligne : [http://europia.org/RIHM/V13N2/4-RIHM13\(2\)-Aldebert.pdf](http://europia.org/RIHM/V13N2/4-RIHM13(2)-Aldebert.pdf)

ALMEIDA (D') N., ANDONOVA, Y. (2006), *La communication des organisations*, in Olivési S. (dir.), *Sciences de l'information et de la communication. Objets, savoirs, discipline*, Grenoble, Presses universitaires de Grenoble, pp. 129-143.

BARLATIER P. J. (2016), « Management de l'innovation et nouvelle ère numérique-enjeux et perspectives », *Revue française de gestion*, Vol. 42, N° 254, pp. 55-63.

BARLATIER P.-J., BURGER-HELMCHEN T. (2019), « L'organisation digitale », *Revue internationale de psychosociologie et de gestion des comportements organisationnels*, N°61, Vol. XXV, Eska, en ligne : <https://www.cairn.info/revue-internationale-de-psychosociologie-de-gestion-des-comportements-organisationnels-2019-61.htm>

BERNARD F. (2006), « Le laboratoire des sciences de l'information et de la communication. Entre prise, emprise et déprise des pratiques en information et communication », XV^e congrès de la Sfsic, *Questionner les pratiques d'information et de communication. Agir professionnel et agir social*, Bordeaux, mai, pp. 1-17

BOUILLON J.-L. (2009), « Comprendre l'organisation par la communication... sans réduire l'organisation à la communication », 77^e Congrès de l'ACFAS, Actes du colloque *Nouvelles tendances en communication organisationnelle*, Université d'Ottawa, en ligne : <https://studylibfr.com/doc/2155295/comprendre-l-organisation-par-la-communication...-sans-r%C3%A9>

BOUILLON J.-L., BOURDIN S. & LONEUX C. (2008), « Approches communicationnelles des organisations : interroger l'organisation par la communication. Éléments de contextualisation », *Sciences de la société*, n°74, pp.3-9.

BERTHELOT J.-M. (2002), « Les nouveaux défis épistémologiques de la sociologie », *Sociologie et sociétés*, N° 1, 23-38, <https://doi.org/10.7202/001063ar>

CARAYOL V., LABORDE A. (2019), « Les organisations malades du numérique », *Communication & organisations*, Vol. 2, N°56, en ligne : <https://www.cairn.info/revue-communication-et-organisation-2019-2.htm>

COOREN F., TAYLOR J. R. & VAN EVERY E. J. (2006), *Communication as organizing: Empirical explorations into the dynamic of text and conversation*, NJ, Lawrence Erlbaum, Mahwah.

CORDELIER B., (2010), « Consumer Culture Theory et Marketing », *Communication & organisation*, N° 37, pp. 165-77

CORDELIER B., (2016). « Retour sur le concept de transaction : De la sociologie à la communication des organisations en France », *Revue française des sciences de l'information et de la communication*, N° 9, <https://doi.org/10.4000/rfsic.2078>

COURBET, D. (2001), « Comparaison épistémologique des recherches en Sic et sciences de gestion dans le domaine de la communication externe, divergences et terrain commun », Colloque *La communication d'entreprise : regards croisés sciences de gestion et sciences de l'information et de la communication*, Nice, 6-7 décembre, en ligne : <https://archivesic.ccsd.cnrs.fr/file/index/docid/62539/filename/index.html>

COUTANT A., DOMENGET J.-C. (2015), « Le communicateur bousculé par le numérique. Quelles compétences à transmettre », *Communication & professionnalisation*, N°3, en ligne : <https://ojs.uclouvain.be/index.php/comprof/issue/view/83>

DELCAMBRE P. (2008), « Un état des recherches sur les "communications organisationnelles" en France (2000-2007) : l'âge de la transmission ? », *Sciences de la société*, N°74, pp.11-25.

DUTTON W.H. (2013), *Internet studies: the foundations of a transformative field*, in Dutton W.H., *The Oxford Handbook of Internet Studies*, W. H.Dutton, eds., Oxford University Press.

FARACE R., MONGE P, RUSSELL H. (1977), *Communicating and organizing*, Reading, MA, Addison Wesley.

GALIBERT O., CORDELIER B. (2017), « Animation et gestion des communautés en ligne : quelles rationalisations du social ? Une introduction », *Communiquer Revue de communication sociale et publique*, en ligne : <http://communiquer.revues.org/2133>.

GIORDANO Y. (2001), Les recherches en communication organisationnelle : du fonctionnalisme au constructivisme, in Martinet A-C. & Thiéart R-A. (coord.), *Stratégies, Actualité et futurs de la recherche*, Paris, Vuibert, FNEGE, pp.159-174.

GOLDHABER G. M. (1974), *Organizational Communication*, Wm. C. Brown, Dubuque.

GRYSPEERDT A. (2004), « Relations publiques et recherche en communication », *Hermès*, N° 38, en ligne : <https://www.cairn.info/revue-hermes-la-revue-2004-1-page-148.htm>

HERON A. (1942), *Sharing information with employees*, CA, Stanford University Press, Palo Alto.

KATZ D., KAHN R. L. (1966), *The social psychology of organizations*, Wiley, New York.

KOENIG G. (2006), « Théories Mode d'emploi », *Revue française de gestion*, N° 160, pp. 9-27.

LABORDE A. (2005), « Fidélisation et personnalisation. Les nouvelles formes de relations consommateurs/entreprise », *Communication et organisation*, N° 27, en ligne : <https://journals.openedition.org/communicationorganisation/3231>

LE BCEUF C. (2008), « Le couple «information communication», en SIC et en sciences de gestion », proposition de communication au *XVIème congrès de la SFSIC, Les sciences de l'information et de la communication : affirmation et pluralité*, Compiègne, 11-13 juin.

LE MOËNNE C., GALLOT S. (2015), « Les recherches en communication organisationnelle en France : quelques éléments de bilans et de perspectives », *Communiquer*, n° 13, pp. 123-143, en ligne : <https://journals.openedition.org/communiquer/1586#ftn2>

LE MOIGNE J.-L. (1973), *Les systèmes d'information dans les organisations*, Presses universitaires de France, Paris.

MILLETTE M., MYLES D., MILLERAND F., LATZKO-TOTH G. (2020), *Méthodes de recherche en contexte numérique : Une orientation qualitative*, Les Presses de l'Université de Montréal, Montréal.

MOLES A., DUGUET M. (1966), Les communications dans l'entreprise, *Encyclopédie de l'entreprise moderne*, Entreprise moderne d'édition, Paris.

MUCCHIELLI A. (1999), *Théorie systémique des communications*, Armand Colin, Paris.

PIAGET J. (1967), *Logique et connaissance scientifique*, Gallimard, Paris.

PUTNAM L. L. (1982), "Paradigms for organizational communication research: An overview and synthesis", *Western journal of speech communication*, N° 46, pp. 192-206.

PUTNAM L. L., NICOTERA A. M. (2009), *Building theories of organization: the constitutive role of communication*, Communication series, Organizational communication, Routledge, New York.

PUTNAM L. L., PACANOWSKY M.-E. (1983), *Communication and organizations: an interpretative approach*, Thousand Oaks, Sage Publications.

ROGERS R. (2013), *Digital methods*, MIT Press, Cambridge.

ROJOT J. (2003), *Théorie des organisations*, Eska, Paris.

TAYLOR J. R. (1993), « La dynamique de changement organisationnel – Une théorie conversation/texte de la communication et ses implications », *Communication & organisation*, N°3, en ligne : <https://journals.openedition.org/communicationorganisation/1619>.

TRUJILLO N., TOTTH E.L. (1987), "Organizational perspectives for public relations research and practice", *Management communication quarterly*, Vol. 1, N°2, pp. 199-231.

WEICK K. (1969, 1979), *The social psychology of organizing*, Reading, MA, Addison-Wesley.

WEISS D. (1971), *Communication et presse d'entreprise*, Éditions Sirey, Paris.

